

# Rapport sur l'éducation aux médias, à l'information et à la citoyenneté numérique

2024-2025

Décembre 2025

## SOMMAIRE

<b>AVANT-PROPOS .....</b>	<b>3</b>
<b>SYNTHÈSE .....</b>	<b>4</b>
<b>INTRODUCTION .....</b>	<b>6</b>
<b>I. L'EMI&amp;CN, UN IMPÉRATIF POUR LES ACTEURS DE L'AUDIOVISUEL ET DU NUMÉRIQUE, SOUS LE CONTRÔLE DE L'ARCOM .....</b>	<b>7</b>
1. Les chaînes de télévision et de radio .....	7
2. Les plateformes en ligne .....	7
3. Le rôle de l'Arcom en matière d'EMI&CN.....	8
<b>II. CONSTATS &amp; CHIFFRES MARQUANTS.....</b>	<b>9</b>
1. Une hausse de 35 % des actions d'EMI&CN menées par les chaînes de télévision et de radio.....	9
A. Des actions de terrain qui enregistrent une progression importante (+75 %) et qui touchent des publics diversifiés .....	10
B. Sur les antennes et les prolongements numériques, davantage de contenus éducatifs diffusés mais encore trop peu de programmes dédiés au décryptage des médias (respectivement 12 % et 27 %) .....	16
2. Sur les plateformes en ligne et les réseaux sociaux, des initiatives diversifiées menées en partenariat .....	17
<b>PRÉCONISATIONS .....</b>	<b>22</b>

## AVANT-PROPOS

L'année 2024-2025 a une nouvelle fois mis en lumière la vitesse à laquelle évolue l'écosystème numérique et informationnel. Les manières de s'informer, d'apprendre et d'échanger se transforment sous nos yeux. En parallèle, les attentes des citoyens, jeunes et adultes, s'intensifient. Ils demandent, avec raison, une protection plus efficace face aux risques de désinformation massive, de haine en ligne et d'exposition des mineurs à des contenus inadaptés.

Dans ce contexte, l'Arcom poursuit avec conviction sa double mission : **réguler pour protéger**, et **éduquer pour émanciper**. Réguler, en veillant à ce que les pratiques médiatiques et numériques demeurent pluralistes et respectueuses des droits fondamentaux. Éduquer, en mobilisant et en incitant les acteurs audiovisuels et numériques à contribuer pleinement au développement indispensable de l'éducation aux médias, à l'information et à la citoyenneté numérique.

Ce rapport consacré à l'EMI et à la citoyenneté numérique en 2024-2025 présente la dynamique des différents acteurs. Les médias audiovisuels renforcent leurs actions, notamment celles de terrain auprès des publics scolaires, en les élargissant aux universitaires et au grand public. Les médias numériques concentrent leurs efforts sur des campagnes en ligne, centrées sur la lutte contre la désinformation ou la détection des contenus générés par l'IA. Tous s'engagent dans des partenariats avec les acteurs de référence de l'EMI pour produire des ressources solides, crédibles et accessibles.

L'Arcom soutient et participe à cet élan collectif : création de nouvelles ressources pédagogiques, sensibilisation renforcée sur tout le territoire grâce aux Arcom locales, partenariats élargis avec des écoles de formation, dont celui développé avec l'Institut français de presse de l'Université Paris-Panthéon-Assas.

Comme chaque année, ce document propose des orientations pour consolider la protection et l'autonomie numériques de tous - des plus jeunes, en passant par les encadrants et les parents jusqu'aux seniors -, et en renouvelant les thématiques abordées.

Pour que cet ensemble d'initiatives variées produise tout son impact, nous encourageons chaque acteur à évaluer et à mesurer l'efficacité de ses actions. Car les attentes des citoyens sont immenses et leur offrir des réponses solides, adaptées et partagées, est au cœur même de notre responsabilité collective.

## SYNTHÈSE



### Constats & chiffres marquants

#### *Pour les chaînes de télévision et de radio et leurs prolongements numériques*

- **Une hausse de 35 % des actions d'EMI&CN menées** : tous types d'actions confondues (antenne, numérique ou terrain), les chaînes de télévision et de radio ont déclaré 267 initiatives de plus que l'exercice précédent (respectivement, +125, +45 et +97) ;
- **Des actions de terrain qui enregistrent la progression la plus importante (+75 %) par rapport aux actions sur les antennes et le numérique** : les médias audiovisuels ont déclaré près de 100 actions de plus que l'année précédente. Ces actions ont touché un public plus divers : **le public scolaire a été moins visé** au profit des cibles « étudiant » et « tout public ». Cette diversification des cibles s'explique notamment par **l'émergence de projets de terrain innovants** (ex : projets itinérants, actions à l'attention d'un public senior, d'un public carcéral, etc.) ;
- **Sur les antennes et le numérique**, davantage de contenus éducatifs (historiques, culturels, scientifiques, etc.) diffusés et **une proportion encore trop faible de programmes dédiés spécifiquement à l'éducation aux médias et à l'information** : seulement 12 % des programmes sur les antennes et 27 % sur le numérique ;
- **Les thèmes abordés lors de ces actions** (antenne, numérique ou terrain) **restent les mêmes que les quatre exercices précédents** : principalement, la lutte contre la désinformation et la découverte du métier de journaliste. L'éducation au numérique est abordée également, mais plus à la marge.

#### *Pour les plateformes en ligne et les réseaux sociaux*

- **Des actions qui consistent principalement en des campagnes d'EMI&CN** (ex : vidéos, messages d'intérêt général) adressées à l'ensemble des utilisateurs et qui abordent la question de la lutte contre la désinformation, de la détection des contenus générés par l'intelligence artificielle ;
- **L'intégration de fonctionnalités pédagogiques au sein de leurs services** pour informer les utilisateurs du fonctionnement de la plateforme (ex : les systèmes de recommandation, les modalités de sélection de contenus de référence lors d'événements d'actualité) ;
- **La conclusion de partenariats pour favoriser la création de ressources et d'initiatives de qualité**. Au même titre que les médias audiovisuels, les plateformes en ligne coconstruisent leurs actions et ressources en collaboration avec des acteurs de référence de l'EMI&CN (ex : associations spécialisées, agence de presse, organisations internationales, autorités publiques).

#### *Pour l'Arcom*

- **La sensibilisation de publics variés**, non seulement des enseignants, des élèves, des étudiants, mais aussi des parents, des conseillers numériques et des bibliothécaires. Et ce, sur l'ensemble du territoire – métropole et Outre-mer -, grâce à la mobilisation et l'implication des Arcom locales et au travail du prestataire de l'Arcom, Génération Numérique. Au total, plus de 13 000 personnes ont été touchées par les actions de l'Arcom en 2024-2025 ;

- **La création de nouvelles ressources** pour aborder la question de la [haine en ligne](#) (en collaboration avec Pharos, la Commission nationale consultative des droits de l'Homme, le Tribunal judiciaire du Parquet de Paris), de [l'impact de l'intelligence artificielle sur l'information](#) (en collaboration avec « Café IA ») et de la [découverte du monde du numérique](#) (en collaboration avec le ministère de l'Éducation nationale, la CNIL, l'UNAF, Tralalère) ;
- **La signature d'un partenariat avec l'Institut Français de Presse de l'Université Paris-Panthéon-Assas** qui prévoit des interventions de l'Arcom auprès des étudiants, la participation à des événements pédagogiques ainsi que la contribution à des productions académiques (ex : article universitaire à destination des étudiants, des professionnels du secteur, des enseignants, etc.).



## Préconisations

- **Multiplier** les actions de proximité pour toucher les publics éloignés de l'EMI&CN et de la compréhension des écosystèmes audiovisuels et numériques ;
- **Élargir** les publics cibles et s'adresser notamment aux parents et aux seniors. Des publics encore trop peu ciblés qui jouent pourtant un rôle clé dans l'accompagnement des jeunes et peuvent être particulièrement sensibles à la désinformation ;
- **Diversifier** les thématiques abordées pour permettre notamment au public de différencier les connaissances des opinions, d'identifier les mécanismes de diffusion relevant d'ingérences numériques étrangères et de prévenir les discours ou contenus incitant à la haine ;
- **Évaluer** la pertinence des actions mises en place.



## Prochaines actions de l'Arcom

- **Janvier 2026** : renouvellement de la convention de partenariat avec le ministère de l'Éducation nationale et ses opérateurs (Réseau Canopé et le CLEMI) ;
- **Janvier 2026** : signature d'une convention de partenariat avec Pix ;
- **Fin janvier 2026** : publication d'une ressource pédagogique, à l'attention des enseignants, sur la transition écologique, en partenariat avec ARTE Education ;
- **À partir de janvier 2026** : organisation par les Arcom locales, pour la troisième année consécutive, de rencontres entre des acteurs de l'éducation nationale (recteurs, CLEMI, etc.), des acteurs médiatiques et associatifs locaux ;
- **Mars 2026** : participation à la « Semaine de la presse et des médias dans l'école » et organisation d'une table ronde consacrée à la citoyenneté numérique en présence de représentants des plateformes en ligne, d'enseignants, d'élèves et de parents d'élèves ;
- **Courant mars 2026** : signature d'une convention de partenariat avec l'INSPE de Lille
- **Avril 2026** : mise en place d'un partenariat avec la Ville de Marseille qui prévoit des interventions dans les écoles primaires de la ville.

## INTRODUCTION

Le rapport 2025 du *Baromètre du numérique*<sup>1</sup> atteste de l'intégration toujours plus profonde des médias audiovisuels et numériques dans le quotidien des Français. En effet, **94 %** des 12 ans et plus se connectent désormais à Internet, avec une utilisation quotidienne pour 82 % d'entre eux, tandis que le smartphone s'impose comme l'équipement numérique le plus répandu, détenu par 91 % de la population. Cette distribution massive s'accompagne d'une mutation des pratiques médiatiques : si la télévision reste largement regardée (94 % des foyers), les jeunes générations privilégient de plus en plus les écrans numériques (smartphones, ordinateurs, tablettes) pour accéder aux contenus audiovisuels, notamment en différé ou en mobilité.

Dans la continuité de ce constat, l'Arcom a publié, le 25 septembre 2025, une étude<sup>2</sup> sur la protection des mineurs en ligne qui révèle que **53 %** d'entre eux souhaitent être davantage accompagnés face aux risques auxquels ils sont confrontés en ligne. Si les parents et l'école sont identifiés par ces derniers comme étant les deux piliers essentiels à leur sensibilisation, **l'étude met en exergue la nécessité de l'implication collective de l'ensemble des acteurs concernés (parents, école, institutions, associations).**

Ces évolutions des usages et ces résultats confirment la nécessité de poursuivre et d'intensifier les initiatives en matière d'éducation aux médias, à l'information et à la citoyenneté numérique (EMI&CN) à destination de tous les publics : les responsables éducatifs – enseignants, encadrants, parents - (pour qu'ils se protègent et protègent au mieux les enfants) et les publics scolaires eux-mêmes, pour qu'ils développent un usage critique et responsable de ces médias. **Ainsi, l'Arcom appelle au renforcement d'un engagement collectif, coordonné et durable visant à outiller l'ensemble de la population française face à ces enjeux.**

Dans ce contexte, l'Arcom publie, pour la cinquième année consécutive, un rapport qui met en avant les actions menées par les médias audiovisuels et numériques en matière d'EMI&CN. Ce rapport a pour objectif de démontrer le rôle essentiel de ces acteurs dans la diffusion et la démocratisation de ces enjeux, tout en identifiant les axes de progrès nécessaires pour renforcer la cohérence et l'efficacité des démarches engagées. Ce rapport est également l'occasion pour l'Arcom de présenter les ressources qu'elle développe pour toucher des publics différents, aussi bien les parents que les enseignants et acteurs de la médiation, ainsi que les actions de terrain menées sur l'ensemble du territoire, en partie initiées par les Arcom locales, pour sensibiliser aux enjeux de l'EMI&CN.

---

<sup>1</sup> *Baromètre du numérique*, Arcep, Arcom, Conseil Général de l'Economie, de l'Industrie, de l'Energie et des Technologies (Ministère de l'Economie et des Finances) et Agence Nationale de la Cohésion des Territoires, 2025 : [https://www.arcep.fr/uploads/tx\\_gspublication/barometre-du-numerique\\_edition\\_2025\\_RAPPORT\\_mars2025.pdf](https://www.arcep.fr/uploads/tx_gspublication/barometre-du-numerique_edition_2025_RAPPORT_mars2025.pdf)

<sup>2</sup> *Etude sur la protection des mineurs en ligne*, Arcom, 2025 : <https://www.arcom.fr/se-documenter/etudes-et-donnees/etudes-bilans-et-rapports-de-larcom/protection-des-mineurs-en-ligne-quels-risques-quelles-protections>

# I. L'EMI&CN, UN IMPÉRATIF POUR LES ACTEURS DE L'AUDIOVISUEL ET DU NUMÉRIQUE SOUS LE CONTRÔLE DE L'ARCOM

## 1. Les chaînes de télévision et de radio

**Les groupes du service public** - France Télévisions, Radio France et France Médias Monde - disposent d'obligations en matière d'éducation aux médias et à l'information, issues de la loi et figurant dans leurs cahiers des missions et des charges. Au regard de leur devoir d'exemplarité, la loi du 30 septembre 1986 leur a fixé les objectifs suivants (cf. article 43-11) :

>> « **[favoriser]** le débat démocratique, les échanges entre les différentes parties de la population ainsi que l'insertion sociale et la citoyenneté » ;

>> « **[concourir]** au développement et à la diffusion de la création intellectuelle et artistique et des connaissances civiques, économiques, sociales, scientifiques et techniques ainsi qu'à l'éducation à l'audiovisuel et aux médias. »

**Concernant les chaînes du secteur privé**, l'Arcom veille depuis 2020 à ajouter une stipulation en la matière dans les conventions qu'elle signe avec ces dernières. Ainsi : « *L'éditeur, ou le groupe auquel il appartient, s'engage à mener des actions d'éducation aux médias, à l'information et à la citoyenneté numérique, notamment à l'antenne, sur ses prolongements numériques et/ou sur le terrain, à destination des différents publics jeunes et adultes. Par ailleurs, il s'engage à relayer sur son antenne et/ou sur ses plateformes numériques, les campagnes relatives au respect du droit d'auteur, à la promotion de l'offre légale ainsi qu'à la lutte contre le piratage, notamment celles élaborées dans le cadre d'une collaboration entre l'Autorité de régulation de la communication audiovisuelle et numérique et le Centre national du cinéma et de l'image animée. Il rend compte annuellement à l'Autorité de régulation de la communication audiovisuelle et numérique de ses actions, ou de celles du groupe auquel il appartient, destinées à contribuer à l'éducation aux médias, à l'information et à la citoyenneté numérique, et réexamine régulièrement ses engagements avec l'Autorité* ».

## 2. Les plateformes en ligne

Le règlement européen sur les services numériques (RSN) du 19 octobre 2022 instaure un cadre particulier afin d'imposer aux très grandes plateformes et très grands moteurs de recherche en ligne (VLOPSEs), désignés comme tels par la Commission européenne, de lutter spécifiquement contre les risques systémiques liés notamment à la diffusion de contenus de désinformation. **La participation à des campagnes d'éducation aux médias**, afin de favoriser l'esprit critique et d'améliorer les compétences des utilisateurs pour reconnaître les techniques de désinformation et de manipulation, **est une des mesures prévues par le RSN pour atténuer ces risques systémiques**.

La loi du 21 mai 2024 visant à sécuriser et à réguler l'espace numérique (SREN), qui adapte le cadre français au RSN, a conforté les attributions confiées à l'Arcom par la loi du 22 décembre 2018 en matière de lutte contre la manipulation de l'information. L'Autorité conserve un pouvoir de recommandation tout en continuant à être chargée de publier un bilan périodique de l'application des mesures prises par les VLOPSEs en vue de lutter contre la manipulation de l'information, désormais fondé sur les informations publiées en application du RSN (rapports de transparence, d'évaluation des risques et d'audit).

En tant que coordinateur pour les services numériques (CSN), l'Arcom participe, aux côtés des autres CSN européens et notamment au sein du Comité pour les services numériques présidé par la Commission européenne, à la supervision de toutes les plateformes en ligne disponibles en France, et sera en mesure de proposer son expertise pour appuyer la Commission dans la supervision des obligations visant à lutter contre les risques systémiques sur les VLOPSEs.

### 3. Le rôle de l'Arcom en matière d'EMI&CN

Garante des libertés de communication et d'expression dans les espaces audiovisuel et numérique, l'Arcom a notamment pour mission de veiller aux responsabilités démocratiques et sociétales des médias audiovisuels et des plateformes en ligne, de garantir le pluralisme des médias audiovisuels d'information et l'indépendance de l'audiovisuel public, d'assurer les équilibres économiques du secteur et de soutenir la création.

Dans ce cadre, l'éducation aux médias, à l'information et à la citoyenneté numérique (EMI&CN) constitue un volet essentiel de sa mission. Consciente que la régulation normative ne suffit plus à protéger les citoyens dans un environnement numérique en constante évolution, avec notamment la participation croissante d'individus – non journalistes – à la création de contenus, l'Arcom s'investit pleinement dans une démarche pédagogique, visant à donner à tous les publics les clés pour comprendre comment circulent les informations et comment fonctionnent les médias audiovisuels et numériques. Cette action d'éducation vise également à renforcer la responsabilité des individus, devenue nécessaire face aux enjeux contemporains tels que la désinformation, la protection des mineurs en ligne, ou encore la maîtrise des usages numériques.

Ainsi, l'EMI&CN se trouvant au cœur des enjeux actuels de la vitalité de la démocratie puisqu'elle participe à la création de citoyens éclairés conscients de leurs libertés et de leurs responsabilités, l'Arcom veille à inciter les chaînes de télévision, de radio et les plateformes en ligne à contribuer à cet effort d'éducation et valorise les actions qu'elles mènent en la matière.

#### Cadre du rapport



Tous les ans, les chaînes de télévision et de radio rendent compte à l'Arcom des actions d'éducation aux médias, à l'information et à la citoyenneté numérique qu'elles mènent : les **programmes** qu'elles diffusent sur leurs antennes, les **contenus** qu'elles publient sur leurs prolongements numériques et les **actions** de terrain qu'elles mènent.

Concernant les plateformes en ligne, les actions figurant dans ce rapport sont extraites de leurs rapports sur les risques systémiques publiés en 2024 dans le cadre du règlement sur les services numériques (RSN) ainsi que de leurs rapports relatifs au code de conduite sur la désinformation, publiés en 2024.

À partir de ces déclarations, l'Arcom présente les actions menées, dresse des constats et formule des préconisations.



## II. CONSTATS & CHIFFRES MARQUANTS

L'analyse des déclarations transmises a permis à l'Arcom d'identifier des grandes tendances s'agissant de l'action des médias audiovisuels et numériques en éducation aux médias, à l'information et à la citoyenneté numérique, sur l'exercice 2024-2025.

Le premier constat concerne les acteurs de l'audiovisuel (1.) : il rend compte tout d'abord de l'implication grandissante de ces acteurs qui se traduit par une augmentation du nombre d'actions, puis il s'intéresse aux modalités de réalisation de ces dernières, et notamment la place grandissante accordée aux actions de terrain, et enfin, il insiste sur les efforts qu'il reste à fournir sur leurs antennes et leurs prolongements numériques. Le deuxième constat (2.) rend compte des actions des plateformes en ligne et des réseaux sociaux en EMI&CN ; les modalités de déclaration étant différentes l'analyse diffère quelque peu des constats formulés pour les chaînes de télévision et de radio. Enfin, dans la continuité de ces constats, des actions marquantes sont présentées et un point est fait sur l'action de l'Arcom.

### 1. Une hausse de 35 % des actions d'EMI&CN menées par les chaînes de télévision et de radio

En 2024-2025, les chaînes de télévision et de radio ont déclaré plus d'initiatives que l'exercice précédent : **267 de plus, soit une hausse de 35 %**. Cette augmentation concerne tous les types d'actions : 125 actions de plus sur les antennes, 45 de plus sur le numérique et 97 de plus sur le terrain.



L'Arcom tient à saluer l'engagement constant des chaînes de télévision et de radio qui, chaque année, mobilisent des moyens importants pour mener ces actions. Ces initiatives traduisent leur volonté de contribuer activement à la formation d'un esprit critique et éclairé. **L'Arcom souligne le rôle essentiel de ces démarches pour le bon fonctionnement démocratique et se félicite de la poursuite et du renouvellement des efforts engagés en ce sens.**



#### La mobilisation essentielle des médias locaux en EMI&CN

Qu'ils aient des obligations en matière d'EMI&CN ou qu'ils n'en aient pas, les médias locaux sont des acteurs très mobilisés en la matière : ateliers, visites, interventions dans les classes, etc. Ils assurent un rôle de relais de confiance au plus près des publics qui se trouvent parfois isolés des écosystèmes audiovisuels et numériques.

Ainsi, dans la région Grand Est, la radio associative [Radio Quetsch](#) organise chaque année « L'EPHDAD radio tour », des ateliers radio intergénérationnels qui visent à favoriser le rapprochement entre les générations autour de ce média. L'objectif étant de déconstruire les stéréotypes liés à l'âge à travers des thématiques telles que l'enfance, l'éducation, la vie quotidienne voire intime, l'histoire, l'environnement, les outils de communications, etc.

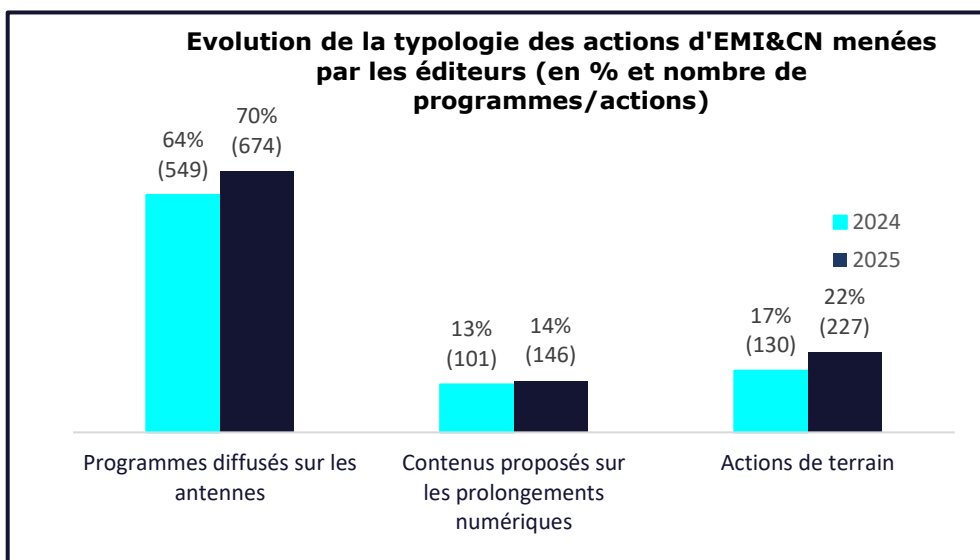
Par ailleurs, en région Auvergne-Rhône-Alpes, les radios associatives [Radio Coquelicot](#), [RJFM](#), [L'Onde Porteuse](#) et [Radio Arverne](#) ont proposé, à l'occasion de la « Fête de la radio scolaire » co-organisée en juin 2025 par l'Arcom Clermont-Ferrand et le CLEMI, des ateliers pratiques aux collégiens de six établissements de l'académie. Ces derniers, animés par des professionnels de la radio, ont permis aux participants de s'initier aux différentes étapes de la production radiophonique : réalisation d'interviews, enregistrement de flashes d'information, conception de chroniques et élaboration de reportages.

## A. Des actions de terrain qui enregistrent une progression importante (+75 %) et qui touchent des publics diversifiés

S'impliquer en EMI&CN, c'est mener des actions et diffuser des contenus visant spécifiquement à présenter le fonctionnement des médias, décrypter l'actualité et donner des clés pour lutter contre les fausses informations, mais c'est aussi diffuser des programmes participant de l'éducation culturelle, artistique, scientifique des publics ainsi que d'une éducation citoyenne au sens large.



Ainsi, l'Arcom continue de relever au fil des ans que les antennes restent le canal le plus utilisé par les chaînes de télévision et de radio pour diffuser des contenus éducatifs au sens large (à 64 %). **Néanmoins, si elles restent très majoritaires, leur part tend à baisser au profit d'autres types d'initiatives dont les actions de terrain principalement (cf. graphique ci-après).**

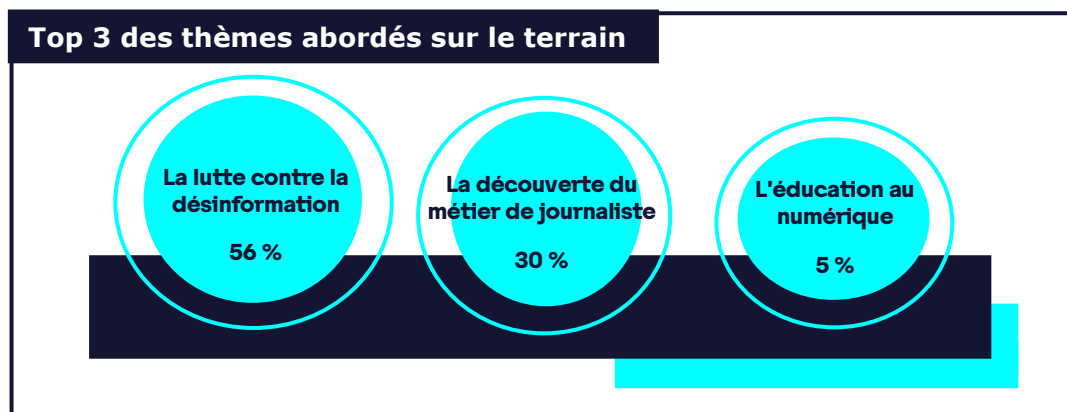


En effet, la hausse la plus significative est enregistrée par les actions de terrain : les médias audiovisuels en ont déclarées près de 100 de plus que l'année précédente, ce qui représente une hausse de 75 %.



Concernant ces actions, **l'Arcom relève avec satisfaction que les éditeurs ont veillé, dans la continuité des préconisations formulées en 2024, à diversifier leur public cible.** En effet, lors des exercices précédents le public jeune (élèves d'écoles primaires, de collèges et de lycées) étaient très majoritairement visés (à 58 % en 2023-2024) mais sur cette année scolaire, cette proportion est passée à 51 % tandis que les cibles « étudiant » et « tout public » ont été plus adressées (respectivement 13 % soit +4 points et 30 % soit +8 points). **Cette diversification des cibles s'explique notamment par l'émergence de projets de terrain innovants** : projets itinérants, actions à l'attention de public senior, de public carcéral, etc.

Si les cibles se diversifient, **l'Arcom relève que les thèmes abordés lors de ces actions de terrain restent les mêmes** que les quatre exercices précédents : la lutte contre la désinformation (56 %), la découverte du métier de journaliste (30 %) et l'éducation au numérique, loin derrière (5 %).



Ainsi, **l'Arcom renouvelle son encouragement à diversifier les thématiques abordées**. A titre d'exemples, et dans la continuité du projet de loi relatif à la protection et au développement du droit à l'information, elle suggère d'initier des actions sur le terrain permettant notamment aux publics rencontrés **d'échanger sur la différenciation entre les faits et les opinions, d'identifier les outils de vérification de l'information** et de **prévenir les discours ou contenus incitant à la haine**, en responsabilisant les élèves dans leur propre pratique. Par ailleurs, elle insiste sur l'importance de mettre en place des dispositifs de mesure d'impact des actions d'EMI&CN menées.

Au-delà des chiffres, plusieurs initiatives de terrain se distinguent par leur capacité à renouveler les approches de l'éducation aux médias, à l'information et à la citoyenneté numérique. Qu'elles soient itinérantes, menées sur un temps long, ou tournées vers des publics spécifiques, ces actions témoignent d'une volonté partagée des éditeurs d'élargir la portée des messages d'éducation aux médias et d'en donner des clés de compréhension claires. Ces initiatives illustrent aussi bien la diversité des approches adoptées par les éditeurs que leur volonté d'adapter leurs interventions aux besoins des territoires. L'Arcom a souhaité mettre en lumière quelques-unes de ces démarches particulièrement inspirantes.

### Précisions

Il convient de préciser que les actions présentées ci-après, dans les encarts « Zoom », consistent en une sélection des initiatives les plus marquantes et non l'ensemble des actions déclarées par les chaînes de télévision et de radio.

En effet, l'ensemble des éditeurs, dans la continuité des exercices précédents, ont poursuivi leur implication en EMI&CN à travers leur participation à la « Semaine de la presse et des médias dans l'école », l'accueil de publics scolaires dans leurs locaux, etc.

## ZOOM : DES ACTIONS DE TERRAIN INSPIRANTES

### Itinérantes & innovantes



#### Des actions itinérantes

##### Le « Camion de l'info TropMytho »

- **Organisateurs** : Lumières sur l'info, TF1, M6, France Télévisions, BFMTV, ARTE, l'AFP et les Décodeurs (2024-2025)
- **Villes** : de Boulogne-sur-Mer, à Marseille, etc.
- **Cible et nombre de personnes touchées** : tout public et 1500 personnes, dans toute la France
- **Thème** : lutte contre la désinformation
- **Concept** : aller à la rencontre des habitants éloignés de l'actualité et engager le dialogue autour de la création de revues de presse, des quizz interactifs, etc.

##### Le « Tour de France académique de l'EMI »

- **Organisateurs** : France Télévisions, en partenariat avec le CLEMI (2024-2025)
- **Cibles et nombre de personnes touchées** : 120 enseignants, 100 élèves
- **Thèmes** : fabrique de l'information, lutte contre la désinformation, découverte des métiers de l'audiovisuel
- **Ville** : Orléans
- **Concept** : se déplacer dans toute la France (métropole et Outre-mer) et organiser sur 2 jours des temps d'échange dédiés aux différents publics visés



#### Des actions favorisant l'apprentissage par l'usage des médias

##### « L'Ecole des Odyssées »

- **Organisateurs** : Radio France et Belin éducation (2024-2025)
- **Cible et nombre de personnes touchées** : 1 400 classes de CM2 soit 33 600 élèves
- **Objectif** : sensibilisation à l'écoute et découverte du métier de journaliste
- **Concept** : un concours de création de podcast. Pour cette première édition, les élèves ont dû raconter un personnage historique en se servant des outils de l'audio, du montage au bruitage, pour créer des atmosphères sonores

##### Le « Prix de la Jeune Création »

- **Organisateur** : Groupe M6 (novembre 2024)
- **Cible** : 18-30 ans
- **Objectif** : encourager l'émergence de nouveaux talents dans le paysage audiovisuel
- **Concept** : les participants sont invités à proposer un pilote de documentaire d'une durée de 5 minutes sur une thématique en lien avec l'actualité, accompagné d'un dossier de production. Les lauréats sont ensuite accompagnés vers la professionnalisation avec un appui à la diffusion et au développement de leurs productions



## La volonté d'aborder de nouvelles thématiques

### L'animation de tables rondes autour de l'IA

- **Organisateur** : France Médias Monde (octobre 2024)
- **Cible** : jeune public
- **Objectif** : sensibiliser à l'usage de l'intelligence artificielle
- **Concept** : à l'occasion du Festival « Refaire le monde » à la Gaîté Lyrique pendant le 21<sup>e</sup> Sommet de la Francophonie, des journalistes de France Médias Monde ont animé deux tables rondes : « Manipulations, infox, IA : les enjeux de l'information à l'ère numérique » et « Apprivoiser l'IA : l'école du Prompt »



## Des actions auprès de publics isolés

### Des ateliers en centre pénitentiaire

- **Organisateurs** : TF1 et le ministère de la Justice (2025)
- **Cible et nombre de personnes touchées** : 130 détenus
- **Thème** : la découverte du métier de journaliste
- **Concept** : organiser sur une journée des ateliers pour faire découvrir aux détenus le métier de journaliste. Ces ateliers ont été organisés dans 10 centres pénitentiaires en Nouvelle Aquitaine et en Île-de-France et ont mobilisé 7 journalistes du Groupe

### Participation au Festival de décryptage des médias dans les bibliothèques, « En Quête d'info »

- **Organisateur** : Bibliocité avec la participation de Radio France (avril 2025)
- **Cible et nombre de personnes touchées** : 40 seniors
- **Objectif** : la recherche d'information sur les réseaux sociaux et la lutte contre la désinformation
- **Concept** : dans le cadre du Festival EMI Bibliothèques, deux journées d'éducation au numérique ont été ouvertes au public senior autour de la question : « Comment s'informer sur les réseaux sociaux ? »

## Témoignage de Radio France sur leur initiative auprès d'un public sénior

En avril 2025, Radio France était partenaire de la première édition de « En quête d'info », le festival de décryptage des médias dans les bibliothèques de « Bibliocité ». Une de nos journalistes y a animé deux ateliers destinés aux seniors autour de l'enjeu « S'informer sur les réseaux sociaux ». Une quarantaine de participants a ainsi pu s'initier à des réflexes indispensables : repérer une infox, identifier un *deepfake* ou un site trompeur. Le partage des ressources de la CNIL a permis de leur fournir des conseils concrets pour trouver la source d'une info ou encore protéger ses données personnelles.

*« La lutte contre la désinformation constitue un enjeu culturel et démocratique. En tant que service public, nous inscrivons l'EMI au cœur de nos missions, pour aider les citoyens à naviguer dans un environnement médiatique complexe et parfois trompeur. Au-delà de mener de nombreuses actions en direction des enfants en appui du corps enseignant et des familles, nous avons la conviction qu'il faut élargir cette démarche auprès des publics de tous les âges. Le succès de nos ateliers durant cette 1<sup>re</sup> édition confirme la nécessité d'agir dans cette direction. Nous sommes heureux de poursuivre ce partenariat en 2026 »* - **Erik Kervellec, Secrétaire Général à l'information de Radio France.**

## Et l'Arcom sur le terrain ? Du local à l'international

Dans le cadre de ses missions d'EMI&CN, l'Arcom intervient sur le terrain, auprès de divers publics, afin de sensibiliser aux enjeux relatifs à ses missions telles que la liberté d'expression et ses limites, les enjeux de représentation médiatique, de protection des publics, de droit d'auteur et de lutte contre le piratage. Pour ce faire son action de terrain se déploie autour **d'interventions auprès de publics scolaires et étudiants**, d'une **participation à la formation initiale et continue des enseignants** ainsi qu'à des **salons et événements divers**.

**+ de 13 000  
personnes sensibilisées**

Une grande variété de publics sensibilisés (enseignants, élèves, étudiants, parents, conseillers numériques, bibliothécaires, etc.), sur l'ensemble du territoire, grâce aux Arcom locales et au travail du prestataire de l'Arcom, Génération numérique.



**Une action favorisant l'apprentissage par l'usage des médias**

« **Documentaire de poche** » (Edition n°10), (2024-2025)

- **Organisateurs** : Arcom en partenariat avec la Scam et ARTE Education
- **Cible et nombre de personnes touchées** : 249 lycéens
- **Régions** : Île-de-France, Bretagne et Nouvelle-Aquitaine
- **Objectif** : sensibiliser les élèves au droit d'auteur et aux bonnes pratiques en ligne
- **Concept** : les élèves, accompagnés des équipes de l'Arcom et de réalisateurs, sont amenés à créer des documentaires d'une durée de 5 minutes autour d'un thème imposé. En fin de projet, les films réalisés sont projetés dans une salle de cinéma



**Des actions auprès d'un public d'encadrants** (enseignants, professionnels de la médiation, parents etc.)

**Participation à la formation initiale et continue des enseignants**  
(2024-2025)

- **Cible et nombre de personnes touchées** : étudiants d'INSPE et enseignants en poste, 490
- **Villes** : Paris, Rennes, Versailles, Lille
- **Objectif** : faire connaître les missions de l'Arcom et ses ressources en EMI&CN

**Forum de la parentalité numérique**  
(17 mars 2025)

- **Organisateur** : la Ville de Paris
- **Cible et nombre de personnes touchées** : 60 professionnels de la médiation (associations) et parents
- **Objectif** : faire connaître les missions de l'Arcom et ses ressources en EMI&CN

**« Numérique en commun[s] »**  
(28, 29 et 30 octobre 2025)

- **Organisateurs** : l'ANCT, en partenariat avec l'Arcom notamment
- **Cible et nombre de personnes touchées** : conseillers numériques, professionnels de la médiation, 400 personnes (sur le stand de l'Arcom) et 1500 visiteurs sur l'ensemble de l'événement
- **Ville** : Strasbourg
- **Objectif** : faire connaître les missions de l'Arcom et ses ressources en EMI&CN
- **Réalisations** : animer un atelier autour de la création de ressources durables en EMI&CN, tenir un stand, intervenir à l'occasion de différents formats

**Journée d'étude des Bibliothèques**  
(8 avril 2025)

- **Organisateur** : BPI, la Ville de Paris
- **Cible et nombre de personnes touchées** : 120 bibliothécaires
- **Objectif** : faire connaître les missions de l'Arcom en matière de pluralisme et ses ressources en EMI&CN



## La participation à des réseaux de professionnels de l'EMI, au local et à l'international

### Le Groupe de travail interdisciplinaire sur l'EMI en Bretagne (GTI EMBAPE) (2025)

- **Organisateur** : un projet de recherche porté par le Centre de recherche sur l'éducation, les apprentissages et la didactique (CREAD), à Rennes
- **Objectif** : cartographier les personnes engagées dans l'éducation aux médias en Bretagne, et fournir des ressources utiles pour structurer, définir l'éducation aux médias telle qu'elle peut être pratiquée et faciliter les coopérations entre structures

### La création du Réseau francophone en EMI (REFEMI) à la Maison des étudiants de la Francophonie de la Cité internationale universitaire de Paris (2024)

- **Organismes partenaires** : les Bénévoles de l'EMI (Côte d'Ivoire), le CLEMI, Le Centre québécois d'éducation aux médias et à l'information, la Conférence intercantonale de l'instruction publique de la Suisse romande et du Tessin (CIIP, Suisse), le Conseil Supérieur de l'éducation aux médias de la Fédération Wallonie-Bruxelles, EDUK-MEDIA/CREMI (Cameroun) et Polaris association (Sénégal).
- **Objectif** : contribuer au renforcement de l'esprit critique et de la citoyenneté numérique dans l'espace francophone à travers, la formation de formateurs, la production de ressources pédagogiques, la recherche et le partage d'expertises et la conduite de plaidoyers et le développement de la gouvernance de l'EMI



## La poursuite d'actions auprès du public jeune

### La « Semaine de la presse et des médias dans l'école » (SPME) (Mars 2025)

- **Organisateur** : le CLEMI en partenariat avec l'Arcom
- **Cibles et nombre** : 673 enseignants et élèves de primaire, collège, lycée, et 50 enfants hospitalisés
- **Villes** : Paris et sa région, Hyères, Aubenas, Dijon, Lyon, Lille, etc.
- **Objectif** : faire connaître les missions de l'Arcom et ses ressources en EMI&CN

### « A fond les manettes, mode prévention activé ! » (Décembre 2024)

- **Organisateur** : le Centre d'Information et de Documentation Jeunesse et son réseau Information Jeunesse du Val-de-Marne
- **Cibles et nombre** : 150 jeunes et familles
- **Objectif** : fournir les outils et les ressources nécessaires pour une utilisation saine, sécurisée et citoyenne des écrans

### « Educap City » (Mai 2025)

- **Organisateur** : l'association CAP SAAA
- **Cible et nombre de personnes touchées** : 420 jeunes de 8 à 14 ans
- **Ville** : Paris
- **Objectif** : faire connaître les missions de l'Arcom et ses ressources en EMI&CN

### « Le tribunal des réseaux sociaux » (2025)

- **Organisateur** : le Quai des savoirs (Centre de culture contemporaine à Toulouse)
- **Cible et nombre de personnes touchées** : 100 jeunes et parents
- **Ville** : Toulouse
- **Objectif** : débattre de l'impact des réseaux sociaux sur le débat démocratique



## B. Sur leurs antennes et leurs prolongements numériques, davantage de contenus éducatifs diffusés mais encore trop peu de programmes dédiés au décryptage du fonctionnement des médias (respectivement 12 % et 27 %)

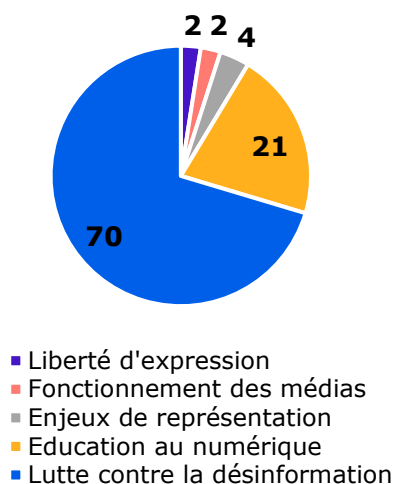
Si les actions de terrain se déploient principalement autour de thématiques liées spécifiquement à l'EMI&CN (la lutte contre les fausses informations, la création d'émissions et de sujets d'information, etc.), les médias audiovisuels et numériques continuent de proposer sur leurs antennes ou plateformes numériques des contenus éducatifs (émissions, reportages, podcasts, webinaires, etc.) participant plus largement d'une éducation culturelle, historique, artistique, scientifique, etc. : +23 % sur les antennes et +45 % sur le numérique.



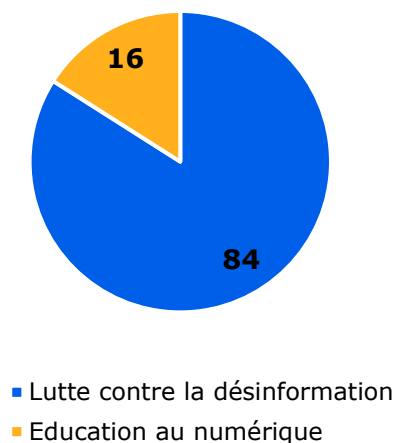
En effet, l'Arcom relève **la proportion de contenus participant spécifiquement de l'éducation aux médias, à l'information et à la citoyenneté numérique demeure trop faible** puisqu'elle représente seulement **12 %** des programmes sur les antennes et **27 %** sur le numérique.

Par ailleurs, l'Arcom note que **les thématiques les plus abordées restent la lutte contre la désinformation et l'éducation au numérique** (cf. graphiques ci-après). Il conviendrait que des thématiques permettant au public de développer des compétences nécessaires à la citoyenneté numérique soient davantage traitées (différencier les faits des opinions, identifier les ingérences étrangères et les contenus créés par l'IA, lutter contre la propagation de la haine en ligne, etc.).

**Typologie des thématiques d'EMI&CN abordées sur les antennes (%)**



**Typologie des thématiques d'EMI&CN abordées sur le numérique (%)**



Malgré ces constats contrastés, l'Arcom a relevé la présence de contenus et ressources qui se distinguent de par leur originalité et qui permettent dès lors, de s'adresser à des publics variés (cf. « Zoom » en page 19 du présent bilan). Elle note cependant, que globalement, ces programmes continuent de s'adresser à un public scolaire ou enseignant.



## 2. Sur les plateformes en ligne et les réseaux sociaux, des initiatives diversifiées menées en partenariat

Dans le cadre du règlement sur les services numériques (RSN) et du code de conduite sur la désinformation, les plateformes en ligne ont transmis à la Commission européenne des rapports rendant compte, entre autres, des actions d'EMI&CN qu'elles ont menées sur l'exercice 2024-2025.

L'analyse de ces rapports a permis à l'Arcom d'identifier certaines tendances s'agissant de l'implication de ces acteurs en la matière :

- **De nombreuses actions consistent en des campagnes d'éducation aux médias (ex : vidéos, messages d'intérêt général)** relatives aux enjeux de lutte contre la désinformation, à la détection de contenus générés par l'intelligence artificielle, à la question du changement climatique ou des élections (ex : TikTok, Meta, YouTube, Snapchat). Plus à la marge, l'Arcom relève la création d'un programme éducatif plus complet (« Interland - Be Internet Awesome ») ou de ressources (cf. « Zoom » en page 19 du présent bilan) ;
- **L'intégration d'outils pédagogiques dans leurs services** : les plateformes développent des fonctionnalités natives qui présentent aux utilisateurs le fonctionnement des systèmes de recommandation (TikTok, Meta) ou encore les modalités de sélection de contenus de référence lors d'événements d'actualité ;
- **La conclusion de partenariats** : au même titre que les médias audiovisuels, les plateformes en ligne coconstruisent leurs actions et ressources en collaboration avec des acteurs de référence de l'EMI&CN (ex : associations spécialisées, agence de presse, organisations internationales, autorités publiques).

De manière générale, les actions d'EMI&CN menées par les plateformes en ligne s'adressent à l'ensemble de leurs utilisateurs mais un accent particulier est tout de même mis sur les jeunes et leurs familles. Par ailleurs, dans une moindre mesure, elles proposent des ressources à l'attention des médiateurs (ex : le programme « Super Searchers » de Google Search et « Vikiacad'EMI2025 » de Wikimédia<sup>3</sup>). Enfin, l'Arcom relève qu'elles mènent très peu d'action de terrain en EMI&CN.

---

<sup>3</sup> Une présentation des ressources figure dans la partie « Zoom » en page 19 du présent bilan.

## ZOOM : DES PROGRAMMES & RESSOURCES UTILES

### Formats variés & attractifs



#### Des formats adaptés aux plus jeunes

##### Le compte TikTok de TF1

- **Nombre d'abonnés** : 4,1 millions (principalement des jeunes)
- **Concept** : avec la cellule des « Vérificateurs » du Groupe, création de contenus adaptés à une cible jeune (vidéos courtes et verticales) traitant des enjeux d'EMI&CN (ex : « 5 conseils pour reconnaître une image créée par l'IA », « Les deep fakes », etc.)

##### « C quoi l'info ? » de France Télévisions

- **Cible** : 12-18 ans
- **Concept** : ce format JT de 5 minutes, consiste en un décryptage quotidien de l'actualité et des sujets au centre des discussions du jeune public. Les thématiques sont abordées dans un souci de pédagogie et d'accompagnement. Ce format accorde une large place à l'interactivité et au dialogue avec le public : reprise des commentaires, sondages, quizz, interviews, etc.

##### Le jeu « Interland – Be Internet awesome » de Google Search

- **Cible** : jeune public
- **Concept** : ce [jeu](#) en ligne gratuit vise à aider les enfants à acquérir de bonnes pratiques en matière de sécurité et de citoyenneté numérique. L'objectif est de leur apprendre à : protéger leurs données personnelles, détecter les arnaques et les fausses informations, interagir en ligne de façon respectueuse, signaler les comportements inappropriés et réfléchir avant de partager

##### « Mission info » de France 4

- **Cible** : 7-11 ans
- **Concept** : lancée en 2025, cette émission entend offrir une compréhension claire et adaptée de l'actualité. Elle propose un éclairage d'une dizaine de minutes sur un événement emblématique ou sur une question de société. Elle est diffusée sur YouTube, Snapchat, TikTok, Instagram et franceinfo.fr

##### La campagne d'EMI de TikTok en partenariat avec l'AFP

- **Cible** : jeune public
- **Concept** : afin de sensibiliser les utilisateurs de la plateforme, et notamment les plus jeunes, aux enjeux de la désinformation, TikTok, en partenariat avec l'AFP, a développé une [campagne](#) d'éducation aux médias. Accessible depuis le 4 novembre 2024, elle vise à renforcer leur esprit critique en les aidant à mieux analyser et évaluer la véracité des contenus diffusés en ligne

## Retour d'expérience de l'AFP sur sa collaboration avec TikTok

**Grégoire Lemarchand**, directeur adjoint de l'information pour la stratégie numérique, directeur de la marque et de la communication au sein de l'Agence France-Presse :

*« La collaboration entre l'AFP et TikTok pour une série de vidéos d'éducation aux médias destinée à sensibiliser aux manipulations de l'information, a offert à l'Agence une occasion unique de toucher une audience jeune, qui ne consomme pas l'actualité comme ses aînés. Elle a également permis de confronter le savoir-faire de l'AFP à un public qu'il est essentiel de mieux connaître pour renforcer sa mission d'intérêt général. »*

*Dépourvue de la visibilité d'un influenceur, l'AFP a bénéficié d'un appui de TikTok pour optimiser la diffusion des vidéos. Ce soutien a été décisif : les cinq vidéos publiées fin 2024 ont cumulé près de 26 millions de vues et plus de 38 000 likes, un résultat très encourageant pour un format conçu spécifiquement pour la plateforme. Les thématiques traitées portaient sur l'intelligence artificielle, la santé, les théories du complot et l'importance d'identifier correctement les sources.*

*Les vidéos ont été réalisées en toute indépendance éditoriale et dans le respect des règles éthiques de l'Agence, la plateforme ayant simplement choisi de ne pas retenir certains sujets qu'elle jugeait particulièrement sensibles. »*



## Des ressources pour outiller les encadrants et les médiateurs

### « J'apprends l'info ! » de Franceinfo et Bayard Jeunesse

- **Cible** : enseignants cycles 2, 3 et 4
- **Concept** : proposer des webinaires interactifs en milieu scolaire pour aider les jeunes à décrypter l'actualité, comprendre les rouages des médias et de la désinformation

### « #En classe le commentaire sportif » L'Equipe et le CLEMI

- **Cible** : enseignants cycles 2, 3 et 4
- **Concept** : mise à disposition de ressources autour du journalisme et du commentaire sportif

### « Vikiacad'EMI2025 » de Wikimedia France avec le CLEMI

- **Cible** : enseignants d'élèves de 8 à 13 ans
- **Concept** : un projet d'éducation par l'usage des médias qui met les élèves dans la peau d'auteur d'articles scientifiques. Pour ce faire, ils doivent rechercher, vérifier et sélectionner leurs sources d'information de manière critique et méthodique. Les enseignants qui souhaitent développer ce projet sont formés par Wikimedia

### Le programme « Super Searchers » de Google Search

- **Cible** : bibliothécaires
- **Concept** : en partenariat avec Public Bibliothèques 2030, Google Search a lancé « Super Searchers », un [programme](#) qui doit permettre aux bibliothécaires et au personnel des bibliothèques d'acquérir les connaissances nécessaires pour améliorer les compétences de recherche et de maîtrise de l'information des usagers, afin qu'ils puissent évaluer l'information en ligne de manière plus efficace et critique

## Et les ressources de l'Arcom ?

Dans le prolongement de ses interventions sur le terrain, **l'Arcom développe et diffuse des ressources destinées à accompagner les enseignants, les parents, les étudiants et plus largement l'ensemble des citoyens dans leur compréhension des enjeux liés aux médias et au numérique**. Ces productions s'inscrivent dans une logique de coconstruction avec des acteurs institutionnels et éducatifs, afin de garantir leur qualité, leur pertinence et leur adaptation aux besoins des différents publics.



En s'associant à des partenaires reconnus, l'Arcom favorise la diffusion de ses ressources auprès d'un large public, tout en mutualisant les expertises et les réseaux. Les ressources élaborées en 2025 reflètent cette démarche collaborative et témoignent de la volonté de l'Arcom de proposer des contenus innovants, accessibles et adaptés aux enjeux émergents, qu'il s'agisse de l'intelligence artificielle, de l'usage responsable des écrans ou encore de la sensibilisation familiale aux usages des réseaux sociaux.



### Des ressources pour parler de citoyenneté numérique en famille

#### Le jeu, « L'Odyssée du numérique » (Juin 2025)

- **Organisateurs** : le ministère de l'Éducation nationale en partenariat avec l'Arcom, la CNIL, l'UNAF, Tralalère
- **Cible** : 9-99 ans
- **Concept** : un [jeu](#) de plateau au cours duquel les joueurs sont amenés à répondre à des questions en lien avec la protection des données (pour apprendre à naviguer en toute sécurité), les écrans (pour engager un dialogue apaisé et constructif autour de l'usage des écrans) et la citoyenneté numérique (pour développer une culture numérique et comprendre comment se fabrique l'information). Le jeu est accessible en ligne et distribué par les [partenaires](#)

#### La BD « De Phocée à Marseille, un voyage enfantin à travers le monde numérique » (Novembre 2025)

- **Organisateurs** : la Ville de Marseille en partenariat avec l'Arcom et la CNIL
- **Cible** : élèves de primaire
- **Concept** : la BD aborde, à travers un voyage initiatique au sein du numérique, l'ensemble des défis rencontrés par les jeunes dans cet univers. L'occasion pour l'Arcom de rappeler l'importance de la protection des plus jeunes face à certains contenus ou encore les réflexes à avoir en cas de cyberharcèlement. La BD a été diffusée dans toutes les classes primaires de la ville et sera bientôt disponible en ligne

#### Le dépliant « Haine en ligne, victime ou témoin, 3 étapes pour ne plus subir » (Février 2025)

- **Organisateurs** : l'Arcom en collaboration avec le ministère de l'Intérieur, la Commission Nationale Consultative des Droits de l'Homme (CNCDH) et le Tribunal judiciaire de Paris
- **Cible** : tout public
- **Concept** : cette [brochure](#), à destination des victimes et témoins de cyberharcèlement, explique ce que recouvre le terme de « haine en ligne » et comment il est appréhendé dans la loi. Puis, elle détaille, en trois étapes, ce que les victimes et témoins peuvent faire pour mettre fin aux actes haineux, tant vis-à-vis des plateformes numériques que des autorités compétentes. Ce dépliant est disponible sur le site de l'Arcom et distribué lors de ses interventions



## Des ressources pour se familiariser avec des tendances et de nouvelles thématiques

### Une ressource sur l'IA et l'information

(Mars 2025)

- **Organisateurs** : l'Arcom et « Café IA »
- **Cibles** : étudiants, enseignants
- **Concept** : cette [ressource](#) présente le rôle de l'IA au sein de la chaîne de l'information, mais aussi son impact sur notre rapport à l'information. Elle rend également compte de l'apport de l'IA dans la lutte contre la propagation de fausses informations et donne des conseils pratiques pour exercer son esprit critique de manière éclairée. Cette ressource a été présentée lors d'une [conférence](#) organisée le 27 mars, à l'Arcom : « Intelligence artificielle et fiabilité de l'information : construire la confiance » : 80 personnes étaient présentes à l'Arcom et 2 300 ont regardé la conférence en ligne

### Une étude sur la protection des mineurs en ligne

(Septembre 2025)

- **Organisateur** : l'Arcom
- **Cible** : tout public
- **Concept** : une [étude](#) qui s'intéresse aux jeunes et aux risques associés à leurs pratiques sur les réseaux sociaux. Les résultats de cette étude ont notamment démontré que les plateformes sont incontournables dès le plus jeune âge malgré les dispositifs de restriction et d'encadrement existants ; que les adolescents ont conscience des risques auxquels ils sont très largement exposés et que les dispositifs de protection restent insuffisants, alors que les attentes des adolescents à leur égard sont élevées. Cette étude a été présentée lors d'une [conférence](#), le 25 septembre 2025



À l'issue de ce cinquième rapport, l'Arcom réitère un certain nombre des préconisations qu'elle a déjà pu formuler à l'attention des éditeurs en matière d'éducation aux médias, à l'information et à la citoyenneté numérique.



## Préconisations

- **Multiplier les actions de proximité** : l'Arcom recommande aux éditeurs de développer des initiatives au plus près des citoyens, à l'image du « Camion de l'info ». Ces démarches qui vont à la rencontre des publics, sur l'ensemble du territoire, permettent d'élargir le champ de la sensibilisation en EMI&CN.
- **Élargir les publics cibles** : l'Arcom encourage les médias audiovisuels et numériques à développer des actions à destination des parents et des seniors. Ces publics, encore trop peu ciblés, jouent un rôle clé dans l'accompagnement des jeunes et peuvent être particulièrement sensibles à la désinformation.
- **Diversifier les thématiques abordées** : si les thématiques comme « la découverte du métier de journaliste » ou « la lutte contre la désinformation » sont encore très largement abordées en EMI&CN auprès des publics scolaires, l'Arcom alerte les médias audiovisuels et numériques sur la nécessité d'aborder d'autres thématiques, notamment l'éducation au numérique et à ses enjeux. Elle suggère également dans la continuité du projet de loi relatif à la protection et au développement du droit à l'information, de développer des actions de terrain permettant aux publics rencontrés d'apprendre à identifier et prévenir les discours ou contenus incitant à la haine, tout en les responsabilisant dans leurs propres pratiques numériques, notamment dans la production de contenus en ligne.
- **Évaluer la pertinence des actions mises en place** : l'une des principales difficultés rencontrées par les acteurs de l'EMI&CN (éditeurs, associations, enseignants, professionnels) est la mesure de l'impact des actions menées en la matière. Pour répondre à ce besoin, l'Arcom a d'abord traduit [la boîte à outils de l'Ofcom](#), conçue pour accompagner les organisations qui développent de telles initiatives. Elle a ensuite poursuivi cette démarche en élaborant, en concertation avec le ministère de l'Éducation nationale (DGESCO et DNE), le CLEMI et une chercheuse de l'Université de Lille, un dispositif opérationnel pour mesurer l'impact des actions en EMI&CN. Ce travail de mesure s'inscrit dans une logique d'amélioration continue en permettant à chacun d'identifier les points forts et les limites de ses actions. **Le kit de l'Arcom en trois points** :
  - Un kit accessible sur la plateforme « [Démarches numériques](#) » ;
  - Un kit qui met à disposition des acteurs un questionnaire de ciblage leur permettant d'identifier les besoins spécifiques liés à leur projet ;
  - Des ressources d'évaluation en fonction des réponses au questionnaire de ciblage.